

Lost en France : traduction ou trahison ?

Olivier Aïm, CELSA

La programmation de séries étrangères sur les chaînes autochtones répond à des enjeux d'ordre non seulement économique, juridique, mais encore « socio-sémiotique ». Cette socio-sémiotique a partie liée avec un questionnement éditorial au sens fort du terme. Phénomène transculturel, la programmation de séries étrangères renvoie ainsi au champ de la traduction (notamment littéraire) tout en renouvelant les coordonnées socioculturelles et « sémioculturelles », pourrait-on dire.

Domaines de la traduction

À quels problèmes de traduction le diffuseur français, qui importe des séries américaines, est-il confronté ? Il est possible de discerner au moins trois ordres d'enjeux, que nous illustrerons avec le cas de la première saison de la série américaine *Lost* qui a connu un succès fulgurant et globalisé.

1. Le premier niveau est évident, il est d'ordre linguistique, sinon littéraire : comment rendre en français la composante verbale (titre, dialogues, didascalies) du programme *traduit* ? Prenons l'exemple du titre de la série : dans la version originale, la série s'intitule *Lost*. Le choix de la traduction française est d'accompagner le titre d'origine d'un sous-titre en français, à savoir *Les disparus*. Ce problème avant tout linguistique se retrouve dans tous les cas de traduction d'œuvres littéraires, mais aussi cinématographiques (avec cette même réflexion, d'ailleurs, sur l'opportunité prioritairement commerciale et secondairement esthétique de conserver ou non le titre originel).

2. Le deuxième niveau n'est plus entièrement linguistique : il concerne le doublage. Là encore, la problématique qui se pose aux traducteurs de séries télévisées

s'aligne sur celle qui concerne les œuvres cinématographiques. Toutefois la réflexion ne relève plus d'un niveau littéraire, mais pragmatique. La version doublée est destinée à se substituer à la version dialoguée originale, et « performée » par les comédiens américains, dans la voix desquels les comédiens français devront entrer. Autrement dit, autant que faire se peut, la version doublée doit reprendre le rythme, la prosodie et l'économie de la parole (et non plus de la langue) d'origine, afin que l'illusion soit la plus parfaite à l'intersection de l'audio et du visuel. La traduction n'est plus littérale mais adressée.

En cela, le doublage renvoie à la réalité des corps. Il rend comme tangible la corporalité de la parole traduite, en renvoyant à l'épaisseur pragmatique du personnage de fiction et de la double destination de ses dialogues (d'où l'importance aussi du choix des voix françaises qui s'apparente à un vrai casting). Ainsi, dans le cas de *Lost*, un télescopage pragmatique très significatif s'est produit avec la diégèse d'origine, qui a nécessité de l'infléchir. Dès le neuvième épisode (« Le choix du soldat », diffusé le 9 juillet 2005) survient, en effet, un nouveau personnage féminin qui dans la version américaine est français et s'exprime donc moitié en français moitié en anglais. Or, pour que ce niveau de langue soit perceptible dans la version doublée, les traducteurs ont été contraints de changer le contenu et donc le sens de la série en faisant de ce personnage un ressortissant allemand (parmi d'autres choix possibles). Le seul problème, c'est que ce personnage continue de s'appeler « Danielle Rousseau », que les documents qu'elle détient sont rédigés en français et que la chanson qu'elle a retranscrite sur une partie de ces documents (et qui tient un rôle dramaturgique décisif dans l'énigme de l'épisode) s'intitule *La Mer* (de Charles Trenet),

qui devient presque, par ce glissement, une chanson germanoïde à son tour...

3. Malgré les incidences importantes qu'ils ont sur la traduction, y compris à des niveaux autres que purement littéraire ou littéral (mais déjà pragmatique et communicationnel), les deux niveaux précédents concernent la télévision comme ils pourraient concerner, on l'a vu, d'autres médias de masse, à commencer par le cinéma. Or, il y a un troisième niveau de problème, qui est encore plus intéressant en ce qu'il est spécifique aux médias qui font coexister flux et stock comme la télévision : la programmation, autrement dit l'activité du diffuseur et, par conséquent, de la chaîne elle-même. C'est ce troisième niveau qu'il nous intéressera d'aborder plus en détail ici.

Reprenons ainsi notre cas pratique. Avec *Lost*, on voit bien en effet que le choix de programmation que TF1 a fait, fut assez radical : la diffusion de la première saison de la série s'est étalée sur neuf semaines, les neuf samedis de la période estivale (du samedi 25 juin 2005 au samedi 20 août 2005) en *prime time* (soit à partir de 21 heures). Pendant les sept premières semaines, les téléspectateurs ont eu le loisir de voir trois épisodes à la suite ; les deux dernières semaines, seuls deux épisodes étaient diffusés. La série américaine compte en effet vingt-cinq épisodes en tout (soit un « pilote » et vingt-quatre autres épisodes qui constituent le rythme normal, classique d'une « saison » d'une série sur les chaînes américaines). Mais pourquoi peut-on dire que ce choix est radical, d'une part, et qu'il engage une activité de traduction liée à l'« énonciation éditoriale » (Emmanuel Souchier) de la chaîne, d'autre part ?

En réalité, ce choix de programmation est radical car il transforme l'objet série en un autre objet télévisuel, typique du diffuseur TF1 et de la période à laquelle il a été diffusé, à savoir « une saga de l'été ». Ce qui est intéressant de voir ici, c'est que l'on n'est absolument pas dans l'explicite, mais dans l'infra-sens, c'est-à-dire un sens qui peut être perçu, ou rester inaperçu. À aucun moment, la chaîne ne parle de saga de l'été à propos de *Lost*, elle l'avait fait cette même année à propos de *Dolmen*, qui avait battu quelques records d'audience auparavant. Si bien qu'on pourrait dire en dernière analyse que cette

sémantisation par l'acte de diffusion est un effet de sens éditorial. C'est éditorialement que la chaîne transforme une série en feuilleton ou en une saga de l'été : en adoptant le même rythme de diffusion, la même masse horaire (et c'est sans doute là l'essentiel), le même « format », sur la même période de diffusion. Et l'on voit bien à travers ce dernier élément comment le processus de traduction opère un déplacement de sens éditorial, qui se fait, partant, social : par comparaison, ABC, la chaîne américaine qui a diffusé la première saison de *Lost*, l'a fait à partir du mois de septembre 2004 jusqu'au mois de mai 2005, à raison d'un épisode par semaine, le mercredi soir.

Or si ces écarts de traduction donnent l'impression d'avoir une portée assez courte, la réalité communicationnelle de leurs déplacements engage pourtant des effets relativement puissants.

Effets sur le sens

Nous pouvons partir d'une question simple : par quoi passe le sens dans le cas d'une « série télévisée », c'est-à-dire d'une fiction inscrite sur ce média spécifique, la télévision ? À rebours d'une théorie immanentiste visant, par exemple, à reproduire un quelconque « parcours génératif », répondre à cette question nécessite, dans le prolongement possible d'une « socio-sémiotique », de prendre en compte la dimension sociale du sens.

Sociale, la temporalité de l'énonciation l'est, en effet, doublement : d'une part, elle s'inscrit dans une visée collective, puisqu'elle ressortit à un « voir avec » conscient, réflexif et qui débouche sur un sentiment renforcé de communauté (et qui, composée de « fans », constituerait ainsi, sur le mode « ludique », un « presque-public » au sens de Daniel Dayan). D'autre part, et cela est spécifique, la série télévisée procède d'une énonciation éditoriale propre, qui s'inscrit dans une temporalité et une rythmique typiques. En effet, la série d'origine, c'est-à-dire américaine dans le cas qui nous intéresse, est écrite pour être diffusée toutes les semaines. La temporalité hebdomadaire de la diffusion permet une mise en perspective du temps vécu dans l'expérience de la vision de l'épisode et du temps vécu entre les diffusions de chaque épisode. Ténue, cette isochronie (entre le temps de la programmation et celui, social, de la

Lost en France :
traduction ou trahison ?

Olivier Aïm

réception) est néanmoins essentielle pour comprendre l'attachement diégétique et extra-diégétique aux personnages qui, incarnés par des acteurs, vieillissent en quelque sorte au rythme des téléspectateurs : d'une saison à l'autre, mais aussi d'un épisode à l'autre.

Prenons des exemples simples, d'une semaine à l'autre, un personnage va se laisser pousser la barbe, changer de coiffure... Le rythme hebdomadaire permet de vivre ainsi à la mesure de ces changements infimes ; comme avec l'information et le documentaire, la fiction sérieelle montre par là son ancrage dans l'irréductible humanité et l'irréductible corporalité de ses protagonistes. Dans la même optique, un épisode sera davantage centré sur un personnage plutôt que sur un autre, qui va occuper ainsi plus ou moins fortement l'espace diégétique. Or, la diffusion de plusieurs épisodes à la suite modifie, ne serait-ce que de manière subreptice, ces effets de présence créés par l'énonciation éditoriale. Il y aurait ainsi toute une phénoménologie à mener sur la réception de ces programmes particuliers, à travers, entre autres, les notions d'avant-plan et d'arrière-plan, de mémorisation et de captation, et à travers les sentiments, entre autres là encore, d'attachement, de redondance et de reconnaissance.

Il reste que le choix français qui consiste à aligner la série américaine sur le modèle fictionnel autochtone, est comme voué à déjouer ou désarmer le sens originel de cette isochronie sociale. Or cela a des répercussions sur l'écriture elle-même.

Du point de vue scriptural, la structuration temporelle est liée à un rythme de diffusion qui renvoie à la fois à la tradition du feuilleton (et du roman-feuilleton publié dans des périodiques) ainsi qu'à celle de la série (et des « *serials* » anglo-saxons, directement déterminés par leur périodicité de publication). En termes de contenu, les séries modernes sont un mélange des deux, avec une histoire qui ne dure que le temps de l'épisode (le terme que les Américains utilisent est « *formula show* »), et une diégèse transversale, relative à une intrigue qui se déploie sur plusieurs épisodes (on parle d'un « arc » narratif), ou relative aux personnages principaux (les Américains parlent de « mythologie »).

Pour toutes ces raisons, la série américaine est composite : elle contient une partie feuilletonesque et une partie

sérieelle. Depuis le succès immense de la série *X Files* dans les années 1990, la réalité de ce partage n'a cessé de se sophistiquer : la construction sérieelle de l'épisode aménage des espaces plus ou moins grands selon les cas à la partie « mythologique » de la série, autrement dit à l'évolution des personnages, leur propre histoire et le fond général dans lequel ils prennent place (par exemple, le roman familial de Fox Mulder et les liens qu'il a avec le complot du gouvernement américain pour cacher la supposée colonisation extra-terrestre : voilà le fond trans-sériel de *X Files*). Or, chaque épisode orchestre sa propre alchimie entre la série et le feuilleton afin de créer une dramaturgie propre, des effets d'accroche, de suspens particuliers. En diffusant plusieurs épisodes à la suite, la chaîne modifie cet art du *cliffhanger*, l'événement et conditionne une autre temporalité de la réception. La traduction éditoriale française tend à transformer la série en téléfilm tout en écrasant, par là même, la tension dramaturgique du feuilleton. Ainsi, une autre rythmique est proposée, aléatoire, par la chaîne. En diffusant deux ou trois épisodes par semaine, la chaîne aliène la dramaturgie originelle au hasard de son propre arbitraire éditorial.

Effets sur le rapport
flux/contenu

Le rapport entre le flux et le contenu renvoie davantage à la question de la publicité. On n'a fait que l'évoquer, mais les contextes américain et français sont sensiblement différents. En général, un épisode américain a une durée de 40 à 50 minutes, le reste étant constitué de publicités. Il s'ensuit que les chaînes françaises publiques, qui ne peuvent pas couper leurs programmes, proposent une version sans publicité, avec un rythme forcément plus rapide que celui de la diffusion originale (qui repose sur une écriture *ad hoc*, mélangée, celle de la « respiration publicitaire »). Notons, d'ailleurs, que le cas inverse peut se produire, et que des séries venant d'autres chaînes américaines, payantes comme HBO, ne sont plus du tout coupées par la publicité, ce qui fait que c'est la chaîne privée française qui voulant placer ses annonceurs, doit faire ses propres coupes, comme elle le ferait avec un film de cinéma.

Olivier Aïm

*Lost en France :
traduction ou trahison ?*

Plus généralement, les chaînes privées insèrent les publicités là où elles le veulent en reprenant ou non les respirations d'origine. Mais là encore la diffusion de plusieurs épisodes de la même série à la chaîne induit des déplacements. Nous pouvons reprendre notre exemple de *Lost* : chaque samedi de TF1 est ainsi constitué d'un bloc de 135 minutes environ (trois fois 45 minutes), reconfiguré par la chaîne pour créer des effets de suspens interne (et de captation des publics pour les écrans publicitaires) et de continuité externe avec le programme suivant. Il s'ensuit que la publicité n'intervient plus pour séparer deux épisodes, mais qu'elle est là pour tronçonner les trois épisodes qui font une nouvelle unité. Notons que ce modèle s'étend à d'autres genres comme la télé-réalité où la publicité découpe des séquences de programmes et non plus d'émissions : le vendredi estival de TF1 est ainsi depuis quelques années dévolu à un ou deux programmes de « télé-réalité » (*Koh Lanta* et éventuellement un autre qui change tous les ans) qui forment là aussi un seul bloc segmentable à l'envi comme s'il s'agissait d'un seul programme (de même qu'avec les séries, la publicité arrive avant la fin de la première « émission » puis revient au milieu de la seconde, de manière que les deux se suivent sans rupture de flux, le générique de l'une succédant directement au générique de l'autre).

La dimension économique devient dès lors prépondérante dans l'agencement des programmes, aussi parce qu'elle influe sur la valeur des images elles-mêmes qui se présentent comme une matière plastique que l'on peut agencer, découper, reconfigurer. Véritable matière première de l'« industrie » éditoriale, l'image est envisagée économiquement ; on a affaire si l'on veut à une *éconique*... L'édition se nourrit de la donnée économique, dans la mesure où la programmation procède d'une stratégie de construction de grille, d'une part, et de montage et de gestion des images produites ou traduites, d'autre part.

C'est à travers le croisement de ces données diverses que la programmation s'érige comme un dispositif, de nature éditoriale, administré au public comme une discipline du

flux télévisuel. Mais, ce dispositif stratégique ouvre inévitablement sur des tactiques, à commencer par le téléchargement de séries sur les espaces *peer to peer* (classiques et déjà en voie de reconfiguration : *bit torrents*, forums de discussions, etc.).

Conclusion : la fin
de la programmation ?

Pensée comme un dispositif stratégique, la programmation fait l'objet d'une intense remise en cause par les télé-spectateurs-consommateurs qui exigent davantage de liberté spectatorielle. À l'heure où l'on annonce la convergence des supports enfin réalisée (notamment avec l'UMTS, la 3G), certains nous assurent une nouvelle révolution technologique. Mais n'est-ce pas seulement que le pouvoir est en train de changer de mains : de celles, traditionnelles, des diffuseurs (les chaînes généralistes et même câblées) à celles, de plus en plus pressantes, des fournisseurs d'accès à internet et des opérateurs de téléphonie portable ? Toujours est-il que l'on change de promesses : on serait ainsi en train de passer d'une diffusion massive des programmes (*broadcasting*) à une diffusion ciblée (le *webcasting* comme prolongement du *narrow-casting*) et « mobile » (*podcasting*). Et le cas des séries télévisées ne fait qu'accentuer cette idée d'un changement de paradigme, le pouvoir des diffuseurs étant d'autant plus court-circuité dans ce cas-là par l'ensemble des usages permis par les technologies de l'information et de la communication (légaux et illégaux).

Bibliographie

Aïm Olivier, « Une télévision sous surveillance : enjeux du panoptisme dans les "dispositifs" de télé-réalité », in *Communication et langages*, n° 141, 2004.

Dayan Daniel, « Télévision : le presque-public », in *Réseaux*, n° 100, « Communiquer à l'ère des réseaux », 2000.

Souchier Emmanuel, « L'image du texte », in *Les Cahiers de médiologie*, n° 6, « Pourquoi des médiologues ? », 1998.